

# TELEVISIONE

## SPROFONDO ROSSO

I più e i meno in tv



# Affondano le ammiraglie della tv

In due anni le emittenti generaliste di Rai e Mediaset hanno perso 10 punti di share, male anche i tg

ROMA Dieci punti in due anni. Tanto hanno lasciato sul terreno degli ascolti le sei tv generaliste italiane: le tre pubbliche (Rai), le tre private (Mediaset). Ma nonostante il calo, l'offerta generalista resta predominante: infatti, i due grandi competitor, Rai e Mediaset totalizzato insieme ancora il 78,36 per cento dello share. «Ma è chiaro», osserva un dirigente Rai, «se da un lato l'erosione degli ascolti c'è, sia per la Rai che per Mediaset dall'altro i due operatori recuperano una larga fetta (circa il 7%) sul digitale». E già, il digitale, ma non solo, anche le satellitari: è in questo contesto che si gioca la sfida. Stime alla mano, infatti, dal novembre 2010 a oggi il segno più compare solo davanti a Raitre (0,12), e La7 (+1,60%), Tvsat (+1,13), Altre (+0,19) per un totale di quasi tre punti percentuali. Si dirà, pochino. Ma se si osserva il dato, invece, oltre la percentuale di incremento si nota che pay-tv e digitale sono passati dal 18,70% al 21,22% di share. Dati che si traducono in abbonati (Sky ha superato i

rete a salvarsi dal segno meno è Raitre (diretta fino al mese scorso da Paolo Ruffini). La rete ammiraglia, Raiuno, invece, si segnala (nella prima serata) come la peggiore: meno 3,76% (Canale5 -1,61%; Raidue -0,24; Italia 1, -0,52%); segno che il palinsesto non fa proprio breccia nei cuori dei telespettatori. A parte rarissime eccezioni. Per questo, in molti ambienti televisivi, si spiega «che non è in crisi la tv generalista ma il prodotto della Tv generalista», tant'è, sottolineano dal cda di viale Mazzini, «che basta soffermarsi sui dati di alcune fiction di ottima qualità («Montalbano», 33% di share, «Cenerentola», 30% e «Don Camillo», 28%) per certificare come il telespettatore corra davanti alla Tv al richiamo della qualità». Diversamente, anche la fiction si ferma tra il 10 e il 13 per cento.

Insomma, a fare la diffe-

renza è l'evento: vuoi che si chiami Fiorello (42,60% di share), vuoi che sia Terence Hill che da otto stagioni si attesta intorno al 30 per cento di ascolti.

Dunque, se latita il prodotto, il pubblico scappa via. Non si ferma su Raidue ma corre, ad esempio, su «SkyTg24 eventi» per guardare Santoro (che perderà pure qualche spettatore di puntata in puntata, ma di fatto li sottrae alle generaliste) o XFactor resuscitato con Simona Ventura da Murdoch o Sky cinema passato in pochi mesi dallo 0,8 per cento al due e mezzo nel prime time. «La verità - osserva un produttore di successo - è che sino ad oggi lo spettatore si è bevuto di tutto, ora bisognerà guardare al lavoro della major americana: insomma, il tempo di prodotti fatti a due lire e venduti a migliaia di euro è proprio finito».

[P. FES.]



Fiorello, ha ottenuto in due puntate lo share del 39 e 42 per cento: una eccezione nel panorama tv

## Intervista



PAOLO FESTUCCIA  
ROMA

Decidiamo in fretta, o da qui a Natale ci meritiamo il panettone o meglio andare tutti a casa». L'emergenza crisi alla Rai si declina nel risanamento, «ma se questo non accade - ragiona il consigliere di viale Mazzini Giorgio Van Straten - è preferibile che cda e direttore generale concludano anticipatamente il loro mandato». Del resto, prosegue il consigliere nominato in quota Pd, «se il quadro politico è mutato per il governo, troverei naturale che nella Tv di Stato si seguisse un percorso più o meno analogo...».

Ma crede che con l'arrivo di Monti a Palazzo Chigi le cose cambino davvero anche a viale Mazzini?

«Qualcosa è già mutato. C'è una parte della Rai che ha sempre adorato e adora muoversi nelle ingerenze politiche, ma c'è una parte sana che sa reagire, e che con questo governo la pressione politica si sia allentata è certamente un fatto. Noi tutti allora dovremmo saper cogliere l'occasione per portare fuori dall'azienda il peggio della politica. Voglio dire, insomma, che è il momento adatto perché l'azienda operi sul mercato televisivo e al proprio interno senza aspettare le indicazioni delle segreterie di partito».

Non le pare utopistico... Le cronache

Il membro Cda Van Straten: l'offerta valida funziona ancora

**Giorgio Van Straten**  
Fiorentino è stato nominato nel Consiglio della Rai in quota centro-sinistra



di queste ore narrano di riunioni tra l'ex ministro Romani e i consiglieri dell'ex maggioranza...

«Spero che le cronache sbagliano. Altrimenti sarebbe un errore, fermo restando che ognuno incontra chi vuole».

Senta, alla Rai si parla di un crescente indebitamento: affidi bancari di circa 600-700 milioni di euro; sofferenze che potrebbero raggiungere 350 milioni di euro, come se ne esce?

«Il nodo è qui. Quando parlo di decisioni rapide faccio riferimento anche alle questioni finanziarie e di bilancio. Oc-

**Ha detto**

**Opportunità**

Oggi possiamo lavorare senza condizionamento della politica

**Differenze**

La fiction di livello fa il 30 per cento Diversamente si scende al 13

corrono interventi e azioni straordinarie».

Crede che ci vorrà un commissario? «Ci vuole un consiglio di amministrazione che decida di fronte alle emergenze e un direttore generale che faccia proposte efficaci e, per esempio sulle nomine, professionalmente ineccepibili. Diversamente sarebbe meglio commissariare l'azienda, o comunque mettere governo e parlamento nelle condizioni di scegliere una nuova governance. Confido, però, che l'impegno del cda e del presidente ci permettano di affrontare i proble-

mi dell'azienda e di dare un segnale di svolta. E che possa esserci anche un confronto positivo con il governo Monti sui problemi che non possiamo affrontare da soli.

Scusi, ma come si è giunti a una situazione così pesante?

«La Rai, a differenza delle altre Tv pubbliche europee ha investito nel digitale terrestre (circa 500 milioni di euro) con risorse proprie. Solo dal governo Prodi e dal ministro Gentiloni ha ricevuto 40 milioni. Se a questo si somma la contrazione dei ricavi pubblicitari e gli investimenti del prossimo anno per i diritti sportivi, ecco che il quadro economico-finanziario diventa ancora più complicato. Inoltre, la Rai paga il conto di scelte editoriali sbagliate. La più sciagurata è stata quella di scendere dalla piattaforma Sky, che fruttava alla Tv pubblica almeno 50 milioni di euro l'anno».

C'è poi il problema degli ascolti... «Non si può confondere l'erosione di telespettatori legata all'aumento dell'offerta con perdite così significative di pubblico. Ma nelle ultime settimane abbiamo visto che quando la Rai realizza prodotti di qualità vince anche negli ascolti. La cartina di tornasole è la fiction: quando i prodotti sono ben fatti lo share raggiunge anche il 30 per cento, diversamente finisce al 13 per cento».